

**PENERIMAAN MASYARAKAT KEDIRI PADA ACARA
MBAHKARSO DI KSTV KEDIRI**

**Oleh:
Amalia Rosyadi Putri ***

ABSTRACT

Penelitian berjudul “Penerimaan Khalayak terhadap Bahasa yang digunakan Mbah Karso dalam Program Acara *www. mbah karso. com* di KSTV Kediri “. *Www.Mbah Karso.com* adalah program acara di KSTV. Bahasa verbal dan non verbal yang digunakan dalam program acara *www. mbah karso. com* dipilih sebagai objek penelitian karena program tersebut merupakan acara *talkshow* menggunakan bahasa campuran (Jawa *ngoko* dan Bahasa Indonesia).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerimaan khalayak Kediri terhadap bahasa yang digunakan Mbah Karso. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, metode analisis resepsi (*reception analysis*). Analisis resepsi digunakan untuk mendeskripsikan sikap, persepsi, dan penerimaan khalayak terhadap bahasa verbal dan non verbal yang digunakan Mbah Karso. Subyek penelitian ini adalah khalayak Kediri penonton acara *www. mbah karso. com* dengan latar belakang pendidikan, ekonomi, kelas sosial dan jenis kelamin yang berbeda.

Hasil penelitian menunjukkan ada tiga kategori penerimaan khalayak, penonton usia 20 – 35 tahun berada pada kategori dominan setuju dengan tayangan tersebut. Masyarakat yang berprofesi sebagai pengajar pada kategori negosiasi. Guru bahasa jawa pada kategori oposisi yaitu menolak penggunaan bahasa Jawa *ngoko*.

Key words: *Analisis Resepsi, Bahasa Verbal Non Verbal, Program Acara*

* IAIT Kediri

PENDAHULUAN

Perkembangan jumlah industri televisi di Indonesia selama 10 tahun terakhir sampai tahun 2013 tercatat 230 stasiun televisi yang tersebar di seluruh Indonesia.¹ Jumlah tersebut dipastikan akan bertambah menyusul adanya 53 stasiun televisi baru yang telah mengajukan permohonan ijin siaran ke Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dan Kementrian Komunikasi dan Informatika.²

Jawa Timur adalah salah satu provinsi yang memiliki jumlah stasiun televisi lokal maupun televisi nasional cukup banyak. Untuk televisi lokal terdapat 39 stasiun televisi yang tersebar di Jawa Timur. Seperti SBO, JTV dan Arek TV yang berkantor di Surabaya, KSTV dan dhoho TV berada di Kediri. Sedangkan televisi nasional yang memiliki biro di Surabaya, kota metropolitan ke dua setelah Jakarta terdapat Metro TV, Trans 7, Tv One, Trans, RCTI, SCTV. Hal ini yang menunjukkan televisi lokal di Jawa Timur, semakin mengalami penambahan jumlah dari tahun ke tahun.

Keberadaan stasiun televisi lokal di berbagai daerah di Indonesia seperti di Jawa Timur, membawa daya tarik tersendiri bagi masyarakat lokal yang menjadi penonton dari stasiun televisi lokal tersebut. Hal ini salah satunya karena program acara yang dihadirkan stasiun televisi lokal memiliki unsur kedekatan (*proximity*) secara emosional dengan masyarakat di daerahnya. Kedekatan emosional ini muncul karena banyak konten lokal yang ditampilkan dalam program acara di stasiun televisi tersebut. Hal ini tentu menjadi nilai lebih stasiun televisi lokal yang memiliki kesempatan yang lebih besar untuk menampilkan keragaman nilai - nilai lokal untuk penontonya.

¹ <http://tvkuindo.wordpress.com/ledakan-jumlah-stasiun-televisi-swasta-di-indonesia/>, Di akses 26 Oktober 2014

² <http://www.kapanlagi.com/showbis/televisi/53-stasiun-tv-baru-ajukan-ijin-siaran-hx69ss2.html>, Diakses 26 Oktober 2014

Salah satu stasiun televisi lokal di Jawa Timur yang berada di Kediri adalah Kilsuci (KSTV) Kediri. KSTV berdiri pada tahun 2007. Dibawah naungan PT. Kediri Global Mediatama. KSTV sebagai televisi lokal di Kediri lebih menekankan pilihan kepada program dengan *local content* (80%) menggunakan bahasa campuran antara Bahasa Indonesia dan Bahasa Jawa dalam beberapa program acaranya, yaitu *Plesir Bareng Mbah Karso*, *Lestari Budaya*, *Belajar Bersama Bagong* dan www.mbahkarso.com.³

Salah satu acara dari keempat acara tersebut yang merupakan program talkshow adalah [Www. Mbah Karso.com](http://www.mbahkarso.com). Mbah Karso adalah *icon* dalam acara ini dan berperan sebagai *host atau presenter*. Dalam setiap penampilanya Mbah Karso selalu menggunakan blankon, jarik, Baju loreng dan tongkat. Karena kepiawaian Mbah Karso dalam membawakan acara, pada tahun 2010 KPID Jawa Timur mengadakan acara KPID *award*. Dalam kategori *talkshow* Mbah Karso yang memiliki nama asli Dodo Fadholi mendapat penghargaan meraih juara 2.⁴ Karena prestasi inilah membuat acara [Www. Mbah Karso.com](http://www.mbahkarso.com) banyak digemari masyarakat Kediri dan sekitarnya.

[Www. MbahKarso. com](http://www.mbahkarso.com) adalah sebuah acara talkshow yang menggunakan bahasa campuran antara bahasa Indonesia dengan Bahasa Jawa *ngoko* namun tidak sekasar Bahasa Suroboyoan. Namun dalam penampilannya sering menggunakan Bahasa Jawa. Seperti pada episode HUT Polwan, Mbah Karso mengundang para polwan sebagai narasumber. Dalam dialog Mbah Karso menggunakan bahasa Jawa ngoko, “*pye kabar e ibu – ibu polisi wadon sing uayu...ayu....ginuk – ginuk iki?he he...apik – apik wae to?* Contoh lain ketika wakil Gubernur Jawa Timur Syaifullah Yusuf yang sering disapa Gus ipul

³ kstv.co.id, diakses 10 September 2014

⁴ <http://www.mbahkarso.com/search/label/acara%20tv>, diakses 10 September 2014

menjadi narasumber, Mbah Karso menyapa Gus Ipul, *Pye kabar e gus?...peh jan suwe ora ketemu suwe ora nyang Kediri, tak sawang – sawang mundak gantheng tenan to..awet nom he he..Opo rahasiane gus?* (Mbah karso sambil memegang bahu Gus Ipul sambil menepuk - nepuk bahu orang nomor dua di Jawa Timur ini).

Contoh dialog diatas merupakan penggunaan bahasa Jawa lisan atau verbal. Sedangkan contoh bahasa non verbal yaitu gerak isyarat anggota badan atau bahasa tubuh yang dicerminkan dalam dialog diatas atas ketika Mbah Karso menepuk - nepuk bahu Gus Ipul dalam program acara Www. Mbah Karso. com. Pesan non verbal tersebut masuk pada jenis kinesik yaitu pesan yang menggunakan gerakan tubuh⁵. Gaya siaran Mbah Karso yang atraktif menimbulkan pemaknaan khalayak yang beragam. Hal ini yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti penerimaan khalayak terhadap bahasa verbal maupun non verbal Mbah Karso. Acara Www. Mbah Karso.com menggunakan bahasa verbal atau lisan Jawa *ngoko*, bahasa jawa ngoko dalam tatanan bahasa jawa adalah bahasa paling kasar, dan bahasa non verbal yaitu bahasa tanpa kata yaitu gerak, simbol, ekspresi wajah serta simbol – simbol yang lain hal ini menghadirkan pemaknaan yang berbeda dari para penonton. Ekspresi , gerak anggota badan yang dilakukan Mbah Karso selama acara berlangsung. Bahasa lisan dan non verbal yang digunakan Mbah Karso menimbulkan pro dan kontra dari penonton. Oleh sebab itu peneliti menentukan obyek penelitian ini yaitu penggunaan bahasa verbal dan non verbal Mbah Karso dalam program acara Warung Wayah Wengi Mbah Karso.

Penelitian ini menggunakan *Reception Analysis* untuk mengetahui bagaimana penerimaan penonton KSTV terhadap bahasa verbal (lisan) dan bahasa non verbal (gerak isyarat,

⁵ Jalaludin Rahmad. 2007. *Psikologi Komunikasi, Edisi kedua puluh empat*. Bandung: Remaja Posda Karya, hal. 289

bahasa tubuh, ekspresi wajah, penggunaan objek seperti pakaian, serta simbol – simbol yang lain) yang digunakan Mbah Karso dalam program acara www.mbahkarso.com di stasiun televisi lokal KSTV Kediri. Penonton acara Mbah Karso yang merupakan pencipta aktif makna dalam kaitanya dengan teks dan sebelumnya mereka membawa kompetensi budaya yang telah mereka dapatkan untuk dikemukakan dalam teks sehingga penonton yang terbentuk dengan cara yang berbeda akan memberikan makna yang berlainan.

Analisis resepsi digunakan sebagai metode penelitian untuk meneliti khalayak media, terutama mengenai interaksi khalayak dengan isi media. Fokus analisis resepsi adalah pada proses penerimaan dan interpretasi khalayak media. Pada penelitian ini analisis resepsi digunakan untuk mendeskripsikan sikap, persepsi, dan penerimaan penonton KSTV sebagai khalayak aktif penonton program acara [Www. Mbah Karso. com](http://www.mbahkarso.com).

Dari uraian diatas, Penelitian ini ingin mengkaji bagaimana penerimaan khalayak Kediri terhadap bahasa bahasa verbal (lisan) dan bahasa non verbal (gerak isyarat, bahasa tubuh, ekspresi wajah, penggunaan objek seperti pakaian, sentuhan dan paralinguistik) yang digunakan Mbah Karso dalam program acara www.mbahkarso.com, dengan wawancara mendalam diharapkan dapat memperoleh data secara mendalam, mengingat penonton berasal dari berbagai latar belakang yang berbeda.

KAJIAN TEORI

Teori Reception Analysis – Stuart Hall

Reception analysis adalah salah satu dari beberapa studi khalayak dalam komunikasi massa, yang muncul pada tahun 1970. Ada dua pandangan besar (*mainstream*) dalam tradisi studi khalayak, yaitu pertama khalayak sebagai *audience* yang

pasif dan aktif. Dikatakan *audience* pasif apabila mereka hanya bereaksi pada apa yang mereka lihat dan dengar dalam media dan tidak mengambil bagian dalam diskusi-diskusi publik. Sementara dikatakan *audience* aktif apabila merupakan partisipan aktif dalam publik. Publik yang dimaksud adalah kelompok orang yang terbentuk atas isu tertentu dan aktif mengambil bagian dalam diskusi atau isu-isu yang muncul.

Pada studi khalayak dalam komunikasi massa, khalayak dilihat sebagai bagian dari *interpretive communitive* yang selalu aktif dalam mempersepsi pesan dan memproduksi makna, tidak hanya sekedar menjadi individu pasif yang hanya menerima saja makna yang diproduksi oleh media massa⁶.

Moore mengungkapkan bahwa kunci dari penelitian yang berkaitan dengan *reception* adalah masukan dari kerangka berpikir dari kontekstual dari pemirsa.

Meaning is dynamic and happens as a result of the interaction between the message and receiver. The idea of active reception now fuels much of the research on audience interpretation now fuels much of the research on audience interpretation. The perception of the audience member includes his or her sosial and cultural surrounding as well as what is occurring during of a certain television program. Everything about the context of the interaction between the viewer and the message can influence the interpretation of that message. Moore concerns that the key to any study regarding reception is the inclusion of the contextual framework of the audience⁷

Stuart Hall merupakan peneliti terkenal yang pertama kali memperkenalkan studi penerimaan atau analisis

⁶ McQuail, Dannis. 2003. *Audience Analysis*. London: sage Publication, hal. 19

⁷ <http://lass.purduecal.edu/cc/gmj/sp03/gmj-sp03-moran.htm>, diakses tanggal 12 september 2014.

penerimaan, dimana ciri utamanya adalah berfokus terhadap penerimaan. Hall berpendapat bahwa seorang peneliti harus memusatkan perhatiannya pada (1) Analisis atas konteks sosial dan politik dalam produksi konten (pengkodean) serta (2) Konsumsi konten media (penafsiran). Lebih lanjut, Hall menegaskan bahwa para peneliti tidak seharusnya membuat asumsi yang tidak pasti, baik itu mengenai penafsiran (*decoding*) maupun pengodean (*encoding*), tapi seharusnya melakukan penelitian yang memungkinkan mereka untuk secara hati-hati mengukur konteks sosial dan politik ketika konten media diproduksi dan konteks keseharian tempat konten tersebut dikonsumsi.

Jensen mengatakan bahwa salah satu pikiran utama dalam *reception analysis* adalah para informan dari penelitian itu sendiri, dimana untuk membangun suatu laporan penelitian yang teruji dari resepsi, penggunaan, serta pengaruh kuat dari media harus menjadi analisa yang menganalisis baik informan maupun isi dari penelitian yang dilakukan. *Reception analysis* mengumpulkan data-data tersebut dan penerimanya adalah elemen pelengkap dari suatu wilayah penyelidikan yang ditujukan untuk beberapa aspek yang tidak berhubungan maupun beberapa aspek komunikasi sosial. Pada intinya menurut Jensen *reception analysis* berpendapat bahwa tidak akan pernah ada suatu pengaruh tanpa sebuah makna⁸. *Reception analysis* adalah metode yang menggunakan konteks penggunaan media dalam kehidupan sehari-hari (*contexts of media use*), penyandian atau interpretasi teks terhadap isi media (*the decodings of textual interpretations of media content*), dan penggunaan isi media sebagai referensi tindakan atau respons

⁸ Jensen, Klaus Bruhn and Nicholas W. Jankowski. 2005. *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. London : Routledge, hal. 135

audiens dalam konteks sosial (*media in social contexts of action*)⁹.

Hagen dan Wakso mengungkapkan juga *reception analysis* adalah studi yang memfokuskan pada makna, produksi, pengalaman *audience* dalam interaksi mereka dengan media. Menurut Aryani, khalayaklah yang diposisikan sebagai pihak yang memiliki kekuatan dalam menciptakan makna secara bebas dan bertindak atau berperilaku sesuai dengan makna yang mereka ciptakan atas teks media. Pada studi khalayak dalam komunikasi massa, khalayak dilihat sebagai bagian dari *interpretive communitive* yang selalu aktif dalam mempersepsi pesan dan memproduksi makna, tidak hanya sekedar menjadi individu pasif yang hanya menerima saja makna yang diproduksi oleh media massa¹⁰. Dalam memproduksi makna inilah, Hall menyebut kondisi ini dengan istilah polisemi, yaitu karakteristik teks media yang sangat ambigu dan dapat secara sah diterjemahkan dengan cara berbeda.

Dalam penelitian *reception analysis*, Stuart Hall membagi kelompok yang ditelitinyamenjadi tiga kategori penafsiran, yaitu dominan, negosiasi dan oposisi¹¹, yaitu :

1. Pemahaman yang disukai (dominan)

Pada kriteria ini khalayak menyukai atau menerima atau mendukung pesan yang dibuat dan disampaikan oleh media. Hall berasumsi bahwa konten media yang paling populer lebih memilih untuk dianggap mendukung.

2. Makna Negosiasi

⁹ Jensen, Klaus Bruhn and Nicholas W. Jankowski. 2005. *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. London : Routledge, hal. 139

¹⁰ McQuail, Dannis. 2003. *Audience Analysis*. London: sage Publication, hal. 19

¹¹ Baran, Stanley J. 2003. *Mass Communication Theory, Foundation, Ferment and Future, 3rd edition*. Belmon, CA: Penerjemah Prijana Ido, hal. 300

Pada kriteria ini khalayak bisa saja tidak setuju atau menyalah artikan beberapa aspek dari pesan media dan memberikan alternatif lain yang berbeda dari pesan media, tapi dengan cara yang menurut mereka juga penting. Jadi ketika audience membentuk sebuah penafsiran sendiri terhadap sebuah konten, yang sebagian inti pentingnya berbeda dengan makna dominan, maka itulah yang disebut dengan makna negosiasi.

3. Penafsiran berlawanan (oposisi)

Pada kriteria ini khalayak menolak pesan yang disampaikan dan di buat oleh media. Dengan kata lain, khalayak membangun penafsiran konten berlawanan dari pemaknaan dominan.

Budaya Populer

Kebudayaan populer berkaitan dengan masalah keseharian yang dapat dinikmati oleh semua orang atau kalangan orang tertentu seperti mega bintang, kendaraan pribadi, fashion, model rumah, perawatan tubuh, dan sebagainya. Menurut Ben Agger Sebuah budaya yang akan masuk dunia hiburan maka budaya itu umumnya menempatkan unsure populer sebagai unsure utamanya. Budaya itu akan memperoleh kekuatannya ketika media massa digunakan sebagai penyebaran pengaruh di masyarakat¹².

Budaya massa adalah hasil budaya yang dibuat secara massif demi kepentingan pasar. Budaya massa lebih bersifat massal, terstandarisasi dalam sistem pasar yang anonim, praktis, heterogen, lebih mengabdikan pada kepentingan pemuasan selera¹³.

¹² Burhan Bungin. 2008. *Sosiologi komunikasi: teori, paradigma, dan diskursus teknologi komunikasi di masyarakat*. Jakarta : Kencana, hal. 100

¹³ <http://www.slideshare.net/andreyuda/media-dan-budaya-populer>), diakses 29 Desember 2014

Budaya massa memiliki beberapa karakter¹⁴ yaitu sebagai berikut:

1. Nontradisional, yaitu umumnya komunikasi massa berkaitan erat dengan budaya populer. acara-acara *infotainment*, seperti indonesian idol, Penghuni terakhir, dan sebagainya adalah salah satu contoh karakter budaya massa ini.
2. Budaya massa juga bersifat merakyat, tersebar di basis massa sehingga tidak merucut di tingkat *elite*,
3. Budaya massa juga memproduksi budaya massa seperti *infotainment* adalah produk pemberitaan yang diperuntukan kepada massa secara meluas. Semua orang dapat memanfaatkannya sebagai hiburan umum.
4. Budaya massa sangat berhubungan dengan budaya populer sebagai sumber budaya massa. Bahkan secara tegas dikatakan bahwa bukan populer kalau budaya massa artinya budaya tradisional dapat menjadi budaya populer apabila menjadi budaya massa. Contohnya srimulat, ludruk, maupun campursari. Pada mulanya kesenian tradisional ini berkembang di masyarakat tradisional dengan karakter-karakter tradisional, namun ketika kesenian ini dikemas di media massa maka sentuhan populer mendominasi seluruh kesenian tradisional itu baik kostum, latar, dan sebagainya tidak lagi menjadi konsumsi masyarakat pedesaan namun secara misal menjadi konsumsi semua lapisan masyarakat di pedesaan dan perkotaan.
5. Budaya massa, terutama yang diproduksi oleh media massa diproduksi dengan menggunakan biaya yang cukup besar, karena itu dana yang besar harus menghasilkan keuntungan untuk kontinuitas budaya

¹⁴ Burhan Bungin. 2008. *Sosiologi komunikasi: teori, paradigma, dan diskursus teknologi komunikasi di masyarakat*. Jakarta : Kencana, hal. 77-78

massa itu sendiri, karena itu budaya massa diproduksi secara komersial agar tidak saja menjadi jaminan keberlangsungan sebuah kegiatan budaya massa namun juga menghasilkan keuntungan bagi capital yang diinvestasikan pada kegiatan tersebut.

6. Budaya massa juga diproduksi secara eksklusif menggunakan simbo-simbol kelas sehingga terkesan diperuntukan kepada masyarakat modern yang homogen, terbatas dan tertutup. Syarat utama dari eksklusifitas budaya massa ini adalah keterbukaan dan ketersediaan terlibat dalam perubahan budaya secara massal.

Budaya massa sendiri dibentuk berdasarkan¹⁵ yaitu sebagai berikut:

1. Tuntutan industri kepada pencipta untuk menghasilkan karya yang banyak dalam tempo singkat. Maka si pencipta untuk menghasilkan karya yang banyak dalam tempo singkat tak sempat lagi berpikir dan dengan cepat menyelesaikan karyanya. Mereka memiliki target produksi yang harus dicapai dalam waktu tertentu.
2. Karena massa budaya begitu latah menyulap atau meniru segala sesuatu yang sedang naik daun atau laris, sehingga media berlomba mencari keuntungan sebesar-besarnya.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *Reception Analysis*. Paradigma yang digunakan adalah *interpretive konstruktivis*, dimana menurut¹⁶ paradigma interpretif dalam konteks penelitian sosial digunakan untuk

¹⁵ Burhan Bungin. 2008. *Sosiologi komunikasi: teori, paradigma, dan diskursus teknologi komunikasi di masyarakat*. Jakarta : Kencana, hal. 100

¹⁶ Neuman, Lawrence W. 2000. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*, 4th edition. Boston: Allyn & Bacon, hal. 71

Volume 27 Nomor 1 Januari 2016 75

melakukan interpretasi dan memahami alasan – alasan dari para pelaku terhadap tindakan sosial yang mereka lakukan, yaitu cara – cara dari para pelaku untuk mengkonstruksikan kehidupan mereka dan makna yang mereka berikan kepada kehidupan mereka. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam ((*indept interview*)).

Adapun kriteria – kriteria dari penonton acara Www. Mbah Karso.com yang akan dijadikan informan adalah :

1. Masyarakat Kediri berusia 20 - 50 an tahun. Dipilih usia tersebut karena peneliti ingin mengetahui penerimaan khalayak secara umum dari berbagai usia yakni remaja, dewasa dan tua.
2. Pernah menonton acara Www. Mbah Karso.com setidaknya tiga kali menonton dalam tiga bulan terakhir.
3. Masyarakat yang memiliki latar belakang pendidikan, kelas sosial ekonomi dan jenis kelamin yang berbeda.

Terdapat tujuh informan yang dipilih penulis pertama Hj. Indah Irawati berprofesi sebagai ibu rumah tangga yang aktif di berbagai kegiatan sosial dan keagamaan memiliki tiga anak. Anak pertama perempuan dengan pendidikan S1 Psikologi, anak kedua sedang menempuh kuliah jurusan informatika dan anak terakhir duduk dibangku kelas satu SMA. Informan kedua Binti Nurazizah pendidikan terakhir D3 Akuntansi bekerja di BRI Unit Ngadiluwih memiliki hobi menonton acara talkshow. Ajeng salah satu mahasiswa di UNISKA Kediri yang suka bernyanyi dan menyukai program acara Warung Mbah Karso karena bahasa yang digunakan adalah bahasa Jawa. Drs. Abdul Hakim, mantan kepala desa saat ini berwirausaha pada sektor peternakan ayam. Menyukai acara Warung Mbah Karso karena penggunaan bahasa Jawa. Informan kelima Luluk Fadhilah berprofesi sebagai guru PAUD dan TPQ saat ini menempuh pendidikan S1 PG PAUD. Pernah mengenyam pendidikan

pesantren selama tiga tahun. Dr.H.Mukmin Firmansyah dosen STAIN Kediri, mantan praktisi media radio gemar menonton Mbah Karso karena *lawakan* Mbah Karso. Informan yang terakhir adalah Dani Susanto guru bahasa Jawa di SDN Sidomulyo 2 Kec. Puncu Kab. Kediri yang tidak menyukai acara warung Mbah Karso karena penggunaan bahasa Jawa *ngoko* serta tidak menyukai keseluruhan acara.

PEMBAHASAN

Penelitian mengenai Penerimaan khalayak terhadap bahasa yang digunakan Mbah Karso dalam program acara Www. Mbah Karso. com sesuai dengan hasil wawancara yang dengan tujuh informan dengan hasil sebagai berikut:

1. Penerimaan khalayak terhadap bahasa verbal / lisan yaitu penggunaan bahasa Jawa *ngoko*. Seperti yang diungkapkan oleh Hegen dan Wasko, *reception analysis* adalah studi yang memfokuskan pada makna, produksi, pengalaman *audience* dalam interaksi mereka dengan media¹⁷. Khalayaklah yang diposisikan sebagai pihak yang memiliki kekuatan dalam menciptakan makna secara bebas dan bertindak atau berperilaku sesuai dengan makna yang mereka ciptakan atas teks media¹⁸. Pada studi khalayak dalam komunikasi massa, khalayak dilihat sebagai bagian dari *interpretive communitive* yang selalu aktif dalam mempersepsi pesan dan memproduksi makna, tidak hanya sekedar menjadi individu pasif yang hanya menerima saja makna yang

¹⁷ Hagen, Ingun & Janet, Wasko. 2000. *Consuming Audience? Production and Reception in Media Research*. New Jersey : Hampton Publication, hal. 8

¹⁸ Aryani, Kandi. 2006. *Analisis Penerimaan Remaja terhadap Wacana Pornografi dalam Situs- Situs Seks di Media Online*. Jurnal Masyarakat Kebudayaan dan Politik. Tahun XIX. Nomor 2, April. ISSN 0216-2407. Surabaya: FISIP Unair, hal. 7

diproduksi oleh media massa.¹⁹ Dalam memproduksi makna inilah, Hall menyebut kondisi ini dengan istilah polisemi, yaitu karakteristik teks media yang sangat ambigu dan dapat secara sah diterjemahkan dengan cara berbeda.²⁰

Dalam Hal ini penonton program acara Www.Mbah Karso.com selalu aktif dalam mempersepsi pesan dan memproduksi makna, tidak hanya sekedar menjadi individu pasif yang hanya menerima saja makna yang diproduksi oleh media massa. Proses mempersepsi pesan dan memproduksi makna ini, menghasilkan tiga penerimaan khalayak yaitu setuju, menolak dengan alasan tertentu dan menolak sepenuhnya. Seperti dalam Teori *Reception Analysis*, Stuart Hall membagi kelompok yang ditelitinyamenjadi tiga kategori penafsiran, yaitu dominan, negosiasi dan oposisi. Penerimaan khalayak juga beragam yaitu terdapat kategori penonton dominan, negosiasi dan oposisi. Penerimaan khalayak terhadap pesan verbal ini beragam yaitu terdapat tiga kategori penerimaan yaitu dominan, negosiasi dan oposisi.

2. Penerimaan khalayak terhadap bahasa non verbal

Bahasa nonverbal adalah bahasa menggunakan gerak isyarat, bahasa tubuh, ekspresi wajah dan kontak mata, penggunaan objek seperti pakaian, potongan rambut, dan sebagainya, simbol-simbol, serta cara

¹⁹ McQuail, Dannis. 2003. *Audience Analysis*. London: sage Publication, hal. 19

²⁰ Baran, Stanley J. 2003. *Mass Communication Theory, Foundation, Ferment and*

Future, 3rd edition. Belmon, CA:Penerjemah Prijana Ido, hal. 304

berbicara seperti intonasi, penekanan, kualitas suara, gaya emosi dan gaya berbicara.²¹

Penerimaan khalayak terhadap pesan kinesik sangat variatif. Sesuai dengan latar belakang pendidikan dan pekerjaan penonton. Sementara pada pesan artifaktual dan paralinguistik semua pada kategori dominan yaitu setuju atau menyukai. Pendapat seluruh informan menyebutkan artifaktual atau pakaian yang digunakan sesuai dengan maksud pembuat program yaitu pakaian Jawa. Pendapat tentang pesan paralinguistik diantaranya adalah intonasi, kualitas suara dan nada suara. Mayoritas penonton berpendapat Mbah Karso adalah praktisi media yang sudah professional. Sangat *luwes* dan memiliki karakter yang khas dan unik dalam memerankan sosok Mbah Karso. Sedangkan pada pesan sentuhan penonton yang memiliki latar belakang pendidikan pesantren kurang setuju dengan adegan sentuhan atau pesan sentuhan yang dilakukan Mbah Karso perempuan karena bukan muhrim.

3. Program acara Www. Mbah Karso. com adalah salah satu acara yang termasuk dalam budaya populer. Sesuai dengan teori budaya pop Berdasarkan penjabaran karakter dari budaya massa dan budaya populer diatas program acara Www. Mbah Karso. com termasuk dalam budaya populer atau budaya massa. Karena. Budaya massa sangat berhubungan dengan budaya populer sebagai sumber budaya massa. Contohnya srimulat, ludruk, maupun campursari. Pada mulanya kesenian tradisional berkembang di masyarakat tradisional dengan karakter-karakter tradisional, namun ketika kesenian ini dikemas di media massa maka sentuhan populer

²¹ Jalaludin Rahmad. 2007. *Psikologi Komunikasi, Edisi kedua puluh empat*. Bandung: Remaja Posda Karya, hal. 289

mendominasi seluruh kesenian tradisional itu baik kostum, latar, dan sebagainya tidak lagi menjadi konsumsi masyarakat pedesaan namun secara missal menjadi konsumsi semua. Seperti halnya program acara Www. Mbah Karso.com, tema – tema yang dihadirkan bukan tema dalam budaya jawa melainkan tema secara umum. Musik pengiringnya juga beragam mulai band, kerncong, dangdut dan campursari sesuai dengan tema yang dihadirkan. Hal ini dikarena untuk menarik minat penonton.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan untuk mengetahui penerimaan penonton terhadap bahasa verbal dan non verbal yang digunakan Mbah Karso dalam program acara Www.Mbah Karso.com yang ditayangkan di KSTV Kediri, maka dapat simpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat tiga kategori penerimaan khalayak dalam penelitian ini yaitu kategori dominan, negosiasi dan oposisi. Penerimaan khalayak yang pertama adalah terhadap bahasa verbal. Penerimaan terhadap bahasa verbal, yaitu penggunaan Bahasa Jawa *ngoko*. Penerimaan terhadap Bahasa Jawa *ngoko* terdapat penerimaan khalayak yang beragam. Penonton dari kalangan mahasiwa, karyawan swasta dan ibu – ibu rumah tangga yang latar belakang pendidikannya umum, berada pada kategori dominan yaitu setuju dengan penggunaan Bahasa Jawa *ngoko*. Sedangkan penonton yang berada pada kategori negosiasi (menolak penggunaan Bahasa Jawa *ngoko* dengan alasan tertentu) yaitu penonton yang berprofesi sebagai pengajar baik guru atau dosen. Sementara penonton yang berada pada kategori oposisi yaitu menolak atau tidak setuju dengan

penggunaan Bahasa Jawa *ngoko* yaitu seorang Guru Bahasa Jawa.

2. Penerimaan khalayak terhadap pesan kinesik sangat variatif. Sesuai dengan latar belakang pendidikan dan pekerjaan penonton. Sementara pada pesan artifaktual dan paralinguistik semua pada kategori dominan yaitu setuju atau menyukai. Pendapat seluruh informan menyebutkan artifaktual atau pakaian yang digunakan sesuai dengan maksud pembuat program yaitu pakaian Jawa. Pendapat tentang pesan paralinguistik diantaranya adalah intonasi, kualitas suara dan nada suara. Mayoritas penonton berpendapat Mbah Karso adalah praktisi media yang sudah profesional. Sangat *luwes* dan memiliki karakter yang khas dan unik dalam memerankan sosok Mbah Karso. Sedangkan pada pesan sentuhan penonton yang memiliki latar belakang pendidikan pesantren kurang setuju dengan adegan sentuhan atau pesan sentuhan yang dilakukan Mbah Karso perempuan karena bukan muhrim.
3. Program acara Www. Mbah Karso. com adalah salah satu acara yang termasuk dalam budaya populer. Sesuai dengan teori budaya pop Berdasarkan penjabaran karakter dari budaya massa dan budaya populer diatas program acara Www. Mbah Karso. com termasuk dalam budaya populer atau budaya massa tema – tema yang dihadirkan bukan tema dalam budaya jawa melainkan tema secara umum. Musik pengiringnya juga beragam mulai band, kerncong, dangdut dan campursari sesuai dengan tema yang dihadirkan. Hal ini dikarena untuk menarik minat penonton.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Aryani, Kandi. *Analisis Penerimaan Remaja terhadap Wacana Pornografi dalam Situs- Situs Seks di Media Online. Jurnal Masyarakat Kebudayaan dan Politik.* Tahun XIX. Nomor 2, April. ISSN 0216-2407. Surabaya: FISIP Unair. 2006.

Denzim, Norman K dan Lincoln Yvonna S. *Handbook of Qualitative Research (Edisi Bahasa Indonesia)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar 2009

Jensen, Klaus Bruhn. "Media Audience, Reception Analysis: Mass communication as The social Production of meaning" In a handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research, Edited by Klaus Bruhn Jensen and Nicholas W. Jankowski. London : Routledge. 2002.

Rahmad, Jalaludin. *Psikologi Komunikasi, Edisi kedua puluh empat*. Bandung: Remaja Posda Karya 2007.

Internet:

[http:// tvkuindo.wordpress.com/ledakan –jumlah-stasiun-televise –swasta-di-](http://tvkuindo.wordpress.com/ledakan-jumlah-stasiun-televise-swasta-di-indonesia/)

[indonesia/](http://tvkuindo.wordpress.com/ledakan-jumlah-stasiun-televise-swasta-di-indonesia/), Di akses 26 Oktober 2014

<http://lass.purduecal.edu/cca/gmj/sp03/gmj-sp03-moran.htm>, diakses tanggal 12 September 2014

[http://www.kapanlagi.com/showbis/televise/53-stasiun -tv-baru-ajukan-ijin-siaran hx69ss2.html](http://www.kapanlagi.com/showbis/televise/53-stasiun-tv-baru-ajukan-ijin-siaran-hx69ss2.html), Diakses 26 Oktober 2014

<http://www.mbahkarso.com/search/label/acara%20tv>, di akses 10 September 2014.

<http://www.slideshare.net/andreyuda/media-dan-budaya-populer>), diakses 29 Desember 2014

indonesia/, Di akses 26 Oktober 2014

[Www.kstv.co.id](http://www.kstv.co.id), di akses tanggal 12 september 2014

www.kstv.co.id,di akses 10 September 2014

Www.wikipedia.com yang di akses tanggal 25 Oktober 2014

